

H3: Kualitas produk dan Citra merek secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada PT Top Baker Indonesia.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Desain Penelitian

Desain penelitian adalah kerangka perencanaan atau desain dan bertujuan supaya untuk menjelaskan perkiraan kegiatan yang dilakukan kerangka penelitian wajib melajukan suatu arah penelitian yang diidentifikasi sebelumnya, yaitu data

tentang faktor-faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian (Y), baik dari Kualitas Produk (X1) maupun Citra Merek (X2) pada PT Top Baker Indonesia

Penelitian kuantitatif lebih sistematis, terencana, dan lebih terstruktur. Hal ini relatif jelas dari awal hingga akhir penelitian. Namun, masalah metode penelitian kuantitatif tidak efektif dalam studi dengan cakupan wilayah yang sempit dan tingkat variasi yang rendah.

Penelitian ini ialah jenis penelitian deskriptif dan kausal. Penelitian deskriptif ialah metode untuk menggambarkan atau menganalisis hasil studi, tetapi tidak dapat digunakan untuk menarik kesimpulan yang lebih luas (Sugiyono, 2014: 22). Kausal adalah suatu hubungan yang bersifat sebab akibat, dimana terdapat variabel independen dan variabel dependen (Sugiyono, 2014: 93), Penelitian kausal digunakan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada PT Top Baker Indonesia

3.2. Operasional Variabel

Untuk menentukan pengaruh hubungan antara variabel penelitian, variabel yang digunakan. Dalam penelitian ini, ada dua jenis variabel yang akan diperiksa, yaitu variabel dependen (terikat) dan variabel independen (bebas)

3.2.1. Variabel Independen

Menurut Sugiyono, (2014: 39) Variabel Independen (variabel bebas) ialah suatu variabel yang dapat mempengaruhi dan menyebabkan perubahan pada

variabel dependen, Variabel Independen dalam penelitian ini yaitu Kualitas Produk (X1) dan Citra Merek (X2).

3.2.1.1. Kualitas Produk (X1)

Kualitas produk ialah kemampuan suatu produk untuk memberikan hasil atau kinerja yang konsisten dengan atau melebihi kebutuhan konsumen. Segala sesuatu yang memenuhi kebutuhan Anda dan dapat diberikan ke pasar untuk diperhatikan, dibeli, digunakan atau dikonsumsi. Indikator Kualitas Produk, (Fahmi, 2016: 83) Sebagai berikut.

1. Jenis produk.
2. Mutu
3. Ciri-ciri.
4. Nama merek.
5. Kemasan.

3.2.1.2. Citra Merek (X2)

Menurut Kotler & Keller, (2014: 209) Citra merek adalah persepsi yang dibuat oleh konsumen, seperti tercermin dalam struktur yang terjadi dalam memori mereka. Dimensi-dimensi utama yang membentuk suatu citra merek terdiri atas:

1. *Brand Identity*
2. *Brand Personality*
3. *Brand Association*
4. *Brand Attitude and Behaviour*

5. *Brand Benefit and Competence*

3.2.2. Variabel Dependen

Variabel Dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau yang sebab oleh variabel dependen (Sugiyono, 2014: 39). Variabel dependen dalam penelitian ini yaitu Keputusan Pembelian (Y).

3.2.2.1. Keputusan Pembelian (Y)

Menurut Risman dan Dewi (2017: 1778) keputusan pembelian dapat pengaruh interpersonal dijelaskan oleh petunjuk *branding* akan membentuk niat pembelian pelanggan secara *online*. Indikator dalam minat beli yaitu: tertarik membeli produk atau merek yang telah di *review* dibandingkan produk atau merek lain, bersedia memberikan rekomendasi melalui *review* terhadap produk yang di pilih ke pelanggan online lainnya, tertarik membeli produk yang di *review* di masa yang akan datang. Adapun indikator keputusan pembelian pada penelitian ini diambil menurut Maulidina (2018: 35) adalah sebagai berikut:

1. *Awareness*
2. *Interest*
3. *Desire*
4. *Action*

3.3. Populasi dan Sampel

3.3.1. Populasi

Menurut Sugiyono(2014: 80) Populasi ialah area umum yang terdiri dari objek atau topik dengan kualitas dan karakteristik tertentu untuk dipelajari dan diperiksa, dan kesimpulan kemudian akan ditarik. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan PT Top Baker Indonesia bulan oktober tahun 2019 yang berjumlah 196 pelanggan.

3.3.2. Sampel

Menurut Sugiyono(2014: 81) Sampel ialah tahap dari populasi dan karakteristik. Jika populasinya besar, para peneliti seringkali tidak dapat mempelajari segala sesuatu dalam populasi. Misalnya, karena keterbatasan waktu peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi ini.

Tahapan pengumpulan dan analisis berdasarkan elemen demografis, hasilnya diharapkan untuk menjelaskan karakteristik semua elemen demografi, analisis data sampel kuantitatif menghasilkan sampel statistik untuk memperkirakan parameter demografis.

$$N = \frac{N}{1 + N \cdot e^2}$$

Rumus 3. 1 Rumus Slovin

Metode sampel menggunakan rumus Slovin.

Dimana :

n : jumlah sampel

N : jumlah populasi

a : Error level (tingkat kesalahan) (catatan : umumnya digunakan 1% atau 0,01, 5% atau 0,05 dan 10% atau 0,1)

Dengan menggunakan tingkat kesalahan 5% maka jumlah sampel penelitian ini adalah :

$$\begin{aligned}n &= \frac{196}{1 + 196 (0,05)^2} \\&= \frac{196}{1 + 196 (0,0025)} \\&= \frac{196}{1 + 0,49} \\&= \frac{196}{1,49} \\&= 131,54 \text{ dibulatkan menjadi } 132\end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan di atas, jumlah sampel yang akan diambil yaitu 132 responden. Jadi sampel dalam penelitian ini adalah 132 responden (n = 132).

3.4. Teknik dan Alat Pengumpulan Data

3.4.1. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2014: 137) Teknologi pengumpulan data adalah tahap terpenting dalam penelitian, karena penelitian membutuhkan data yang memadai. Pengumpulan data terdiri dari beberapa teknik, yaitu observasi, angket (angket), wawancara (wawancara), dokumentasi, dan kombinasi empat teknik yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu angket (angket), yang dalam hal ini mendistribusikan angket kepada Yang disebut responden konsumen adalah PT Top Baker Indonesia, yang pernyataannya datang dalam bentuk pernyataan tertutup dan mengharuskan setiap subjek dalam kuesioner untuk memilih jawaban alternatif, yang paling benar menurut pernyataan responden.

3.4.2. Alat Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan data primer dimana data yang diperoleh langsung diterima dari responden oleh pengumpul data (Sugiono, 2012: 137). Data primer yang dimaksud dalam penelitian ini adalah kuesioner yang jawabannya langsung diterima dari responden. Penelitian ini menggunakan data primer karena dibutuhkan jawaban serta pendapat langsung dari konsumen yang merasakan dampaknya untuk mengetahui pengaruh langsung antara variabel-variabel yang diteliti dalam penelitian ini.

3.5. Metode Analisis Data

Untuk menemukan jawaban atas pertanyaan dan menguji hipotesis, perlu menggunakan metode penelitian. Metode penelitian yang digunakan dalam

penelitian ini adalah metode kuantitatif. Dalam penelitian kuantitatif, proses analisis data dilakukan setelah semua data responden dikumpulkan. Kegiatan analisis data meliputi: pengelompokan data berdasarkan variabel dan jenis responden, kemudian tabulasi data berdasarkan variabel untuk semua responden, kemudian penyajian data untuk setiap variabel penelitian, menghitung data yang dikumpulkan untuk menemukan solusi. Tanyakan jawaban dan hitung untuk menguji hipotesis (Sugiyono, 2014: 147).

Teknik analitik dalam penelitian kuantitatif menggunakan analisis statistik deskriptif dan statistik inferensial, dan menggunakan prosedur statistik SPSS (Paket Statistik Ilmu Sosial) versi 20 untuk analisis data. Dalam penelitian ini (Sugiyono, 2014: 147).

3.5.1. Analisis Data Deskriptif

Metode analisis dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif, yang dapat menjelaskan data yang dikumpulkan terkait dengan data (Wibowo, 2012: 24). Analisis deskriptif menentukan tingkat perolehan (skor) variabel penelitian yang termasuk dalam kategori berikut dengan menyusun tabel distribusi frekuensi: sepenuhnya setuju, setuju, ragu, tidak setuju, dan sangat tidak setuju.

Teknik untuk mengumpulkan data dari hasil kuesioner akan menggunakan skala *likert* dimana alternatif jawaban nilai positif 5 sampai dengan 1. Pemberian nilai dilakukan atas jawaban dari pernyataan yang telah disediakan, baik tentang Kualitas Produk (Variabel X1), Citra Merek (X2) maupun Keputusan Pembelian

(Variabel Y), dimana data akan menghasilkan nilai dan kemudian total untuk setiap responden.

Jawaban atas setiap pernyataan dalam kuesioner mempunyai skala dari sangat positif sampai sangat negatif, yang dapat berupa kata-kata antara lain:

Rumus 3. 2 Penentuan Skor Jawaban Kuesioner

Jawaban Pertanyaan	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang setuju/ Ragu-ragu (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: (Sugiyono, 2014: 94)

Penelitian ini menggunakan 132 responden, maka untuk menghitung nilai terendah dan tertinggi maka dapat dicari dengan menggunakan rumus berikut:

$$\begin{aligned} \text{Skor terendah} &= \text{bobot terendah} \times \text{jumlah sampel} \\ \text{Skor tertinggi} &= \text{bobot tertinggi} \times \text{jumlah sampel} \end{aligned}$$

Rumus 3. 3 Menghitung Skor

Sumber: (Sugiyono, 2014: 99)

Kemudian dari rumus Anda bisa mendapatkan skor tertinggi dan skor terendah sebagai berikut:

$$\text{Skor terendah} = 1 \times 132 = 132$$

$$\text{Skor tertinggi} = 5 \times 132 = 660$$

Oleh karena itu, dapat dilihat dalam penelitian ini bahwa skor total yang dapat dicapai adalah 660, sedangkan skor minimum yang dapat dicapai adalah 132.

Gunakan rumus berikut untuk menentukan rentang skor:

$RS = \frac{N(M-1)}{M}$	Rumus 3.4 Rentang skala
-------------------------	--------------------------------

Sumber:(Umar, 2009: 164)

Keterangan:

RS = Rentang Skala

N = Jumlah Sampel

M = Total alternatif jawaban sampel

Berdasarkan rumus rentang skala diatas, dengan ukuran sampel yang berjumlah 132 responden dengan bobot jawaban 1 sampai 5 dapat diperoleh nilai:

$RS = \frac{132(5-1)}{5} = 105,6$

Sumber: Pengolahan atas data primer, 2019

Dari hasil perhitungan diatas, dapat ditentukan rentang skala dalam bentuk tabel yang berfungsi untuk dapat membandingkan hasil perolehan analisis deskriptif yang akan dibahas pada bab selanjutnya terhadap tabel rentang skala, sebagai berikut:

Tabel 3. 1 Rentang Skala

Rentang Skala	Kriteria
132 – 237,6	Sangat tidak baik
237,7 – 343,2	Tidak baik
343,3 – 448,8	Cukup baik

448,9 – 554,4	Baik
554,5 – 660	Sangat baik

Sumber: Pengolahan atas data primer, 2019

3.5.2. Uji Kualitas Data

Saat memproses data dari data yang digabung, perlu untuk menguji kualitas data yang dikumpulkan sebelum memproses dan menganalisis data. Kemudian, Anda perlu menggunakan alat ukur atau alat uji untuk mengukur data yang ingin Anda periksa. Ada dua konsep untuk mengukur kualitas data: validitas dan reliabilitas.

Jika data yang diteliti kurang dapat diandalkan atau tidak valid, penelitian ini akan menarik kesimpulan yang bias. Jika validitas dan reliabilitas data yang diteliti buruk, itu akan mempengaruhi hasil setelah memproses data dan menggunakannya sebagai referensi untuk menarik kesimpulan tentang masalah. Kesimpulan yang salah bisa menyesatkan dan akhirnya berdampak langsung kepada pengguna informasi. Oleh karena itu penting untuk mempelajari pengujian instrumen sebelum memasuki fase pemrosesan data.

3.5.2.1. Uji Validitas

Pengujian validitas adalah tes untuk menentukan tingkat reliabilitas yang dapat diukur mengukur variabel yang sedang diperiksa (Wibowo, 2012: 35). Dari tes ini, kita juga dapat mengetahui apakah pernyataan yang diajukan dalam kuesioner dapat digunakan untuk mengukur situasi aktual responden. Validitas juga

dapat menunjukkan sejauh mana perbedaan diperoleh melalui hasil perbedaan aktual antara responden dalam penelitian.

Apakah pengukur yang valid efektif tergantung pada apakah alat pengukur dapat menjelaskan apa yang Anda ukur. Peralatan pengukuran yang efektif tidak hanya dapat secara akurat menafsirkan data, tetapi juga memberikan gambar yang jelas dari data yang akan diuji. Ukur tingkat validitas dalam kuesioner berdasarkan uji signifikansi korelasi pada taraf 0.05, dimana suatu data dapat dianggap valid jika memiliki korelasi signifikan terhadap skor total (Wibowo, 2012: 36).

Uji Validitas dilakukan dengan membandingkan nilai korelasi Pearson Product Moment atau r hitung dengan nilai pada r tabel. Besaran nilai koefisien korelasi Pearson Product Moment dapat diperoleh dengan rumus seperti dibawah ini:

$$r_{ix} = \frac{n \sum ix - (\sum i)(\sum x)}{\sqrt{[n \sum i^2 - (\sum i)^2][n \sum x^2 - (\sum x)^2]}}$$

Rumus 3.4. Koefisien Korelasi

Sumber : (Wibowo, 2012: 111)

Dasar pengambilan keputusan:

1. Jika nilai pearson $r < 0,05$ berarti data tersebut sudah valid
2. Jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ maka data tersebut dinyatakan valid
3. Jika $r_{hitung} \leq r_{tabel}$ maka data tersebut dinyatakan tidak valid
4. Atau angka probabilitas (sig) lebih kecil daripada α maka dinyatakan valid

3.5.2.2. Uji Reliabilitas

Lakukan uji reliabilitas untuk menentukan kredibilitas instrumen pengukuran yang digunakan. Reliabilitas adalah istilah yang digunakan untuk memberikan informasi tentang tingkat pengukuran yang relatif konsisten jika pengukuran dilakukan dua kali atau lebih. Tes ini juga digunakan untuk mengukur tingkat konsistensi alat ukur (Wibowo, 2012: 52).

Tujuan dari tes ini adalah untuk menentukan sejauh mana suatu pengukuran dapat memberikan hasil yang konsisten jika subjek diukur dua kali atau lebih dengan alat ukur yang sama. Untuk menguji reliabilitas penelitian ini, Cronbach Alpha digunakan (Wibowo, 2012: 52), yaitu:

$$r = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum S^2_j}{S^2_x} \right)$$

Rumus 3.5 Cronbach Alpha

Sumber : (Wibowo, 2012:52)

Keterangan :

r = koefisien reliabilitas alpha

k = jumlah butir pertanyaan

S^2_j = jumlah varian pada butir

S^2_x = varian total

Nilai hasil tes akan ditunjukkan oleh uji dua sisi dengan tingkat signifikansi 0,05. Jika nilai alfa lebih besar dari nilai r tabel, data dapat dikatakan andal. Nilai-nilai ini juga dapat dilihat dengan membandingkan spesifikasi indeks reliabilitas pada tabel di bawah ini:

Tabel 3. 2 Kriteria Indeks Koefisien Reliabilitas

No.	Nilai Interval	Kriteria
1	< 0,20	Sangat rendah
2	0,20 – 0,399	Rendah
3	0,40 – 0,599	Cukup
4	0,60 – 0,799	Tinggi
5	0,80 – 1,00	Sangat Tinggi

Sumber: (Wibowo, 2012: 53)

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa jika nilai yang diperoleh $> 0,6$ maka data dapat dinyatakan reliabel.

3.5.3. Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik merupakan kombinasi dari beberapa kondisi pengujian hipotesis dasar dan pengujian hipotesis klasik itu sendiri. Pengujian ini harus dilakukan karena sifat dan kondisi yang harus ada untuk analisis regresi berganda. Uji hipotesis klasik itu sendiri meliputi: uji normal, uji heteroskedastisitas, dan uji multikolinieritas.

3.5.3.1. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah tes untuk menentukan apakah nilai residu dari data yang diperiksa memiliki nilai distribusi normal. Nilai residu untuk data normal akan membentuk kurva lonceng atau bagian *bell-shaped curve* (Wibowo, 2012 :61).

Tes atau uji normalitas dilakukan dalam berbagai cara, ialah Histogram Regression Residual yang telah distandarkan, analisis Chi Square dan juga Nilai Kolmogorov-Smirnov. Kurva dapat dikatakan normal apabila Nilai Kolmogorov – Smirnov $Z < Z$ tabel ; atau membandingkan Nilai Probability sig (2 tailed) $> \alpha$; sig $> 0,05$ (Wibowo, 2012:62).

3.5.3.2. Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas Untuk menguji adanya ketidaksamaan varians pada residual melalui pengamatan modal regresi, tes Park Gleyser digunakan untuk mengkorelasikan residual absolut dengan masing-masing variabel independen untuk mengetahui apakah ada heteroskedastisitas dalam model. Jika hasil tes ini signifikan $>$ nilai alpha-nya (0,05), maka data yang diuji tersebut dinyatakan tidak mengalami heteroskedastisitas.

3.5.3.3. Uji Multikolinearitas

Menurut Priyatno (2013: 56) Multikolinearitas adalah suatu kondisi di mana ada hubungan linear yang sempurna atau hampir sempurna antara variabel independen dalam model regresi. Jika satu atau semua variabel independen dalam fungsi linier memiliki fungsi linier yang ideal, maka dapat dikatakan bahwa model

regresi akan mengalami multi-linearitas. Dalam model regresi yang baik, seharusnya tidak ada korelasi sempurna atau hubungan hampir sempurna antara variabel independen (korelasinya 1 ataupun mendekati 1).

Gejala multikolinieritas dapat dicapai dengan menguji persamaan yang dapat mendeteksi apakah mereka memiliki gejala multikolinieritas. Salah satu cara untuk mendeteksi gejala multikolinearitas adalah dengan menggunakan alat uji yang disebut variance inflation faktor (Wibowo, 2012: 87). Jika nilai koefisien inflasi varians tidak lebih besar dari 10, dapat dikatakan bahwa model tidak memiliki banyak Collinity, atau tidak ada hubungan antara variabel independen.

3.5.4. Uji Pengaruh

3.5.4.1. Regresi Linear Berganda

Menurut Priyatno(2013: 116) Regresi linier berganda adalah analisis yang digunakan untuk menentukan pengaruh dua atau lebih variabel independen dan variabel dependen. Analisis regresi linier berganda pada dasarnya adalah analisis dengan model dan substansi teknis yang mirip dengan analisis linier sederhana, kecuali bahwa jumlah variabel independen (banyak buah sebagai variabel penjelas) (Wibowo, 2012: 126).

Model analisis ini digunakan untuk menentukan tingkat hubungan antara variabel independen dan variabel dependen, yaitu hubungan antara kualitas produk (X1) dan citra merek (X2) yang mempengaruhi keputusan pembelian (Y). Selain itu, analisis ini digunakan untuk menentukan tingkat efek simultan atau parsial di antara variabel dependen. Gunakan spesifikasi dalam penelitian ini adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Rumus 3.6 Regresi linear Berganda

Sumber :(Wibowo, 2012:127)

Keterangan:

Y = Tingkat Keputusan Pembelian

a = Konstanta

b1 = Koefisien Kualitas Produk

X1 = Kualitas Produk

b2 = Koefisien Citra Merek

X2 = Citra Merek

e = Error

3.5.4.2. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) merupakan uji yang dilakukan untuk mengetahui nilai atas pengaruh variabel bebas dalam model regresi dimana secara simultan berpengaruh terhadap variabel terikat. Hasil dari pengujian menjelaskan sejauh mana model dapat menjelaskan situasi yang sesungguhnya. Koefisien diartikan sebagai besarnya nilai atas variabel dependen yang dijelaskan oleh variabel independen. (Wibowo, 2012: 135).

Uji koefisien determinasi dilakukan untuk mengetahui kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Hasil dari koefisien determinasi mempunyai jarak dari 0 (nol) sampai 1 (satu). Tampilan dalam program SPSS

dibuktikan dengan melihat angka Adjusted R^2 pada tampilan model summary. Yang termasuk dalam koefisien determinasi yaitu (Wibowo, 2012: 136):

1. Koefisien Korelasi (R)

Merupakan ukuran yang menyatakan hubungan antar dua variabel ataupun lebih yang memiliki nilai antara -1 dan 1

2. Adjust R Square (Adjust R^2)

Merupakan ukuran yang digunakan untuk menyatakan seberapa besar kemampuan variabel independen (X) dalam menjelaskan variabel dependen (Y). Sisanya akan dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diungkapkan didalam penelitian ini.

3. Nilai koefisien determinasi (R^2) = 0 menyatakan bahwa variabel dependen tidak dapat ditafsirkan ataupun diartikan oleh variabel independen.

4. Nilai koefisien determinasi (R^2) = 1 atau 100% menyatakan bahwa variabel dependen dapat ditafsirkan dan diartikan oleh variabel independen tanpa ada eror.

5. Nilai koefisien determinasi (R^2) yang berjarak antara 0 sampai dengan 1 dapat mengartikan bahwa variabel dependen dapat diprediksi.

3.5.5. Uji Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara tentang suatu hal yang bertujuan untuk menjelaskan masalah yang nantinya akan dibuktikan melalui serangkaian uji serta penelitian (Umar, 2009: 104).

Hipotesis dalam penelitian ini menyangkut variabel independen yaitu Kualitas Produk (X1) dan Citra Merek (X2) serta variabel dependen yaitu Keputusan Pembelian (Y). Dari variabel yang diketahui maka hipotesis yang dapat terbentuk sebagai berikut:

1. Diduga Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada PT Top Baker Indonesia.

H0: $\alpha = 0$ Diduga Kualitas Produk tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada PT Top Baker Indonesia.

H1: $\alpha \neq 0$ Diduga Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada PT Top Baker Indonesia.

2. Diduga Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada PT Top Baker Indonesia.

H0: $\alpha = 0$ Diduga Citra Merek tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada PT Top Baker Indonesia.

H1: $\alpha \neq 0$ Diduga Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada PT Top Baker Indonesia.

3. Diduga Kualitas Produk dan Citra Merek secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada PT Top Baker Indonesia.

H0: $\alpha = 0$ Diduga Kualitas Produk dan Citra Merek secara bersama-sama tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada PT Top Baker Indonesia.

H1: $a \neq 0$ Diduga penggunaan Kualitas Produk dan Citra Merek secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada PT Top Baker Indonesia.

Pengujian atas hipotesis dilakukan secara simultan dengan uji F-Test dan uji secara individu (parsial) dengan uji T-Test dijabarkan sebagai berikut:

3.5.5.1. Uji Parsial (T-Test)

Uji Parsial (T-Test) merupakan uji yang dipakai untuk menguji variabel-variabel yang menjelaskan hubungan antara variabel independen (variabel X) dengan variabel dependen (variabel Y) (Ghozali, 2016: 97). T-Test dilakukan bertujuan untuk mengetahui seberapa besarnya pengaruh masing-masing variabel independen secara individual (parsial) terhadap variabel dependen. Hasil uji ini pada output SPSS dapat dilihat pada tabel coefficients, dan nilai dari uji T-Test dapat dilihat dari p-value (pada kolom sig.) pada masing-masing variabel independen, jika p-value lebih kecil dari level of significant yang ditentukan maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen yang diteliti.

Pedoman yang digunakan untuk menerima atau menolak hipotesis secara simultan jika hipotesis yang diusulkan sebagai berikut:

1. H_a diterima jika nilai p-value pada kolom sig. $<$ level of significant dan H_o sebaliknya.
2. H_a ditolak jika nilai p-value pada kolom sig. $>$ level of significant dan H_o sebaliknya.

3. Atau dapat pula ditentukan dengan cara membandingkan nilai t tabel dan nilai t hitung.

3.5.5.2. Uji simultan (F-Test)

Uji simultan (F-Test) dilakukan untuk mengetahui besarnya pengaruh semua variabel independen yang ada secara bersamaan terhadap variabel dependen. Hasil F-test ini pada output SPSS dapat dilihat pada tabel ANOVA (Analysis of Varians).

Hasil dari F-test menunjukkan dimana variabel independen secara bersama berpengaruh terhadap variabel dependen jika p-value (pada kolom sig.) lebih kecil dari level of significant yang telah ditentukan. Pedoman yang digunakan dalam menentukan menerima atau menolak hipotesis secara parsial adalah jika hipotesis yang diusulkan:

1. H_a diterima jika nilai p-value pada kolom sig. $<$ level of significant dan H_o sebaliknya.
2. H_a ditolak jika nilai p-value pada kolom sig. $>$ level of significant dan H_o sebaliknya.

Bisa juga dengan membandingkan F hitung dengan F tabel. Kriteria pengujian yang digunakan :

1. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_o diterima
2. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_o ditolak

3.6. Lokasi dan Jadwal Penelitian

3.6.1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada konsumen PT Top Baker Indonesia di kota Batam. Penelitian akan dilakukan secara langsung dengan observasi serta menyebarkan angket/kuesioner guna untuk mendapatkan data yang dibutuhkan dalam penelitian ini.

3.6.2. Jadwal Penelitian

Waktu penelitian yang penulis lakukan yaitu pada bulan September 2019 sampai dengan bulan Januari 2020.

Tabel 3.4.Jadwal Penelitian

Jadwal Penelitian	September 2019				Oktober 2019				November 2019				Desember 2019				Januari 2020			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Studi Pustaka																				
Usulan Penelitian																				
Pengumpulan Data																				
Pengolahan Data																				
Analisis data hasil																				
Kesimpulan																				

Sumber: Hasil atas pengolahan data primer, 2019